



PELATIHAN DESAIN GRAFIS MEMBUAT LOGO MENGGUNAKAN CANVA KEPADA UMKM

Graphic Design Training for Logo Creation Using Canva for Msmes

Andita Muhammad Dwi Shandy¹, Ima Kurniastuti^{1*}, Hendik Eko Saputro²

¹Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, ²Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

Jl. Tenggilis Utara No.14, Surabaya, Jawa Timur

*Alamat Korespondensi : ima.kurniastuti@unusa.ac.id

(Tanggal Submission: 31 Juli 2025, Tanggal Accepted : 15 Agustus 2025)



Kata Kunci :

UMKM, Desain Grafis, Logo, Canva, Citra Merek

Abstrak :

Sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki logo yang menarik dan konsisten karena keterbatasan keterampilan desain grafis. Hal ini melemahkan identitas visual produk sehingga kurang menarik minat konsumen. Canva, sebagai platform desain gratis dan mudah diakses, menawarkan solusi alternatif. Melalui Canva, UMKM dapat membuat logo sesuai karakter usaha mereka dengan lebih mudah dan profesional. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat logo menggunakan Canva serta meningkatkan pemahaman pentingnya identitas visual dalam branding usaha. Pelatihan berlangsung pada Rabu, 25 Juni 2025 di RW 15 Kalirungkut dengan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung. Kegiatan ini disertai bimbingan intensif agar peserta lebih mudah memahami dan menerapkan materi yang diberikan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada keterampilan desain peserta. Mereka mampu membuat logo yang lebih profesional dan selaras dengan karakter produk masing-masing. Peserta juga memperlihatkan antusiasme tinggi selama proses pelatihan. Banyak yang menyadari pentingnya peran logo dalam membangun citra merek dan menarik konsumen. Sebagian peserta langsung memanfaatkan hasil desain mereka dengan mengunggah logo baru ke media sosial. Langkah ini menjadi bagian dari strategi promosi yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan jangkauan pemasaran produk mereka. Kegiatan ini dinilai berhasil mencapai tujuannya, yaitu membantu UMKM menghasilkan logo profesional yang diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Key word :

MSMEs,
Graphic Design,
Logo, Canva,
Brand Image

Abstract :

Most MSMEs lack attractive and consistent logos due to limited graphic design skills. This weakens their product's visual identity, making it less appealing to consumers. Canva, a free and easily accessible design platform, can be an alternative solution to help MSMEs create logos that align with their business's character. This training aims to improve MSMEs' skills in creating logos using Canva and enhance their understanding of the importance of visual identity in business branding. The training was held on Wednesday, June 25, 2025, at RW 15 Kalirungkut, using lectures, demonstrations, and hands-on practice, accompanied by intensive guidance. The training results showed a significant improvement in design skills, with of participants successfully creating more professional logos that matched their product's character. Participants also demonstrated high enthusiasm and recognized the importance of logos in building brand image. Some participants even immediately uploaded their new logos to social media as part of their promotional strategy. This training was deemed successful in achieving its goal of helping MSMEs create professional logos that are expected to increase product appeal in the market.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Shandy, A. M. D., Kurniastuti, I., & Sapotro, H. E. (2025). Pelatihan Desain Grafis Membuat Logo Menggunakan Canva kepada UMKM. *Jurnal Abdi Insani*, 12(8), 4166-4172. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i8.2799>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia karena menjadi tulang punggung aktivitas perdagangan lokal dan penyedia lapangan kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM berkontribusi sebesar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun, salah satu kendala yang dihadapi UMKM dalam meningkatkan daya saing adalah lemahnya identitas visual produk, khususnya logo sebagai elemen utama brand identity. Logo yang baik seharusnya mampu mencerminkan karakter usaha, membangun kepercayaan konsumen, dan menjadi pembeda dari kompetitor (Keller, 2013).

Sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki logo yang menarik dan konsisten karena keterbatasan keterampilan desain grafis. Kondisi ini menyebabkan produk mereka kurang mendapatkan perhatian di pasar yang kompetitif. Purwanto (2021) menyatakan bahwa lebih dari 70% UMKM di Indonesia belum memahami prinsip desain logo yang efektif, sehingga cenderung menggunakan logo seadanya atau bahkan tidak memiliki logo sama sekali. Hal ini berdampak pada rendahnya tingkat brand awareness dan loyalitas pelanggan. Selain itu, keterbatasan akses pada jasa desainer profesional dan minimnya pengetahuan mengenai teknologi desain menjadi hambatan tambahan (Lestari, 2023).

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian telah dilakukan untuk meningkatkan kemampuan branding UMKM melalui pelatihan desain grafis. Lestari dan Wibowo (2023) melaksanakan pelatihan desain promosi digital berbasis Canva yang terbukti efektif dalam meningkatkan kreativitas UMKM dalam membuat materi promosi. Demikian pula, Rahman *et al.* (2022) melaporkan bahwa pelatihan menggunakan Canva mempermudah UMKM dalam menghasilkan konten visual menarik karena platform ini memiliki antarmuka yang sederhana dan menyediakan berbagai template siap pakai. Hasil pengabdian serupa juga dilaporkan oleh Wicaksono *et al.* (2022)



yang menyatakan bahwa 85% peserta pelatihan desain grafis berbasis Canva berhasil meningkatkan keterampilan pembuatan materi visual dalam waktu singkat. Berdasarkan penelitian tersebut, Canva dianggap sebagai solusi tepat untuk membantu UMKM yang tidak memiliki latar belakang desain profesional.

Solusi yang diperkirakan efektif untuk menyelesaikan permasalahan identitas visual UMKM adalah melalui pelatihan pembuatan logo menggunakan Canva. Canva merupakan platform desain daring berbasis drag-and-drop yang mudah digunakan bahkan oleh pemula (Rahman *et al.*, 2022). Selain gratis, Canva juga menyediakan beragam elemen grafis yang dapat disesuaikan dengan karakteristik produk. Melalui pelatihan ini, UMKM diharapkan tidak hanya memahami prinsip dasar desain logo, tetapi juga mampu mempraktikkan pembuatan logo secara mandiri dengan memanfaatkan teknologi digital (Wicaksono, 2022).

Pelatihan desain grafis membuat logo menggunakan Canva ini dilaksanakan pada Rabu, 25 Juni 2025 di RW 15 Kalirungkut. Kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta yang sebagian besar merupakan pemilik usaha makanan, minuman, dan kerajinan tangan. Pelatihan dirancang dengan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung agar peserta mendapatkan pemahaman teoritis sekaligus pengalaman praktis. Hasil pelatihan diharapkan dapat meningkatkan keterampilan desain grafis peserta serta menghasilkan logo usaha yang lebih profesional dan sesuai dengan karakter produk.

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat logo usaha menggunakan Canva serta memberikan pemahaman tentang pentingnya identitas visual sebagai bagian dari strategi branding. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM mampu menghasilkan logo usaha yang sesuai dengan karakter produk sehingga dapat memperkuat citra merek, meningkatkan daya tarik produk di pasar, serta membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran pentingnya identitas visual bagi keberlanjutan usaha dan menjadi langkah awal bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada Rabu, 25 Juni 2025 bertempat di Balai RW 15 Kalirungkut, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada hasil koordinasi dengan pengurus RW yang menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM di wilayah tersebut belum memiliki logo usaha yang representatif. Lokasi pelatihan berada di lingkungan permukiman padat penduduk, dengan sebagian besar warganya memiliki usaha kecil di bidang kuliner dan kerajinan tangan.

Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang berdomisili di RW 15 Kalirungkut. Berdasarkan pendataan awal, mayoritas pelaku usaha bergerak di bidang makanan dan minuman rumahan, seperti usaha katering, kue kering, dan minuman herbal. Sebagian lainnya bergerak di bidang kerajinan tangan seperti aksesoris, souvenir, dan produk daur ulang. Mitra dalam kegiatan ini adalah pengurus RW 15 Kalirungkut, yang membantu dalam pendataan peserta, penyediaan tempat, dan koordinasi teknis pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan diikuti oleh 20 peserta, terdiri dari 15 perempuan dan 5 laki-laki. Berdasarkan jenis usaha, 12 peserta memiliki usaha makanan dan minuman, 6 peserta bergerak di bidang kerajinan tangan, dan 2 peserta memiliki usaha lain seperti layanan jasa. Sebagian besar peserta belum pernah mengikuti pelatihan desain grafis sebelumnya dan di antaranya belum memiliki logo usaha yang menarik dan konsisten.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Asesmen kebutuhan cepat dilakukan melalui observasi terhadap materi promosi peserta yang dibawa ke lokasi, seperti kemasan, banner, dan akun media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar belum memiliki logo atau hanya menggunakan teks biasa sebagai nama merek.

2. Penyampaian materi desain disampaikan melalui slide interaktif. Materi mencakup elemen penting dalam logo: warna, bentuk, dan tipografi, serta prinsip kesesuaian makna dengan karakter usaha. Disampaikan pula mengapa desain adalah bentuk komunikasi visual yang dapat menyampaikan kualitas produk tanpa kata-kata (Castleman, 2018).
3. Praktik langsung membuat logo menggunakan Canva. Peserta diarahkan memilih template, mengganti ikon dan warna, serta menyusun tipografi yang sesuai. Peserta diajak mencoba menyesuaikan logo dengan segmentasi konsumen mereka, seperti warna cerah untuk produk anak-anak atau bentuk elegan untuk minuman herbal.
4. Sesi pendampingan dan revisi dilakukan dalam kelompok kecil. Tim pelaksana memberikan feedback terhadap desain peserta dari aspek estetika dan konsistensi. Revisi dilakukan langsung di tempat agar peserta bisa merasakan proses penyempurnaan desain yang lebih terstruktur.
5. Penyusunan rekomendasi lanjutan dilakukan di akhir kegiatan. Peserta diberikan template sederhana berupa panduan pemakaian logo di media sosial, label produk, dan kartu nama. Hal ini bertujuan untuk menjaga konsistensi visual dalam promosi dan membangun kepercayaan pelanggan.

Metode ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga memperoleh pengalaman praktik secara langsung sehingga mampu membuat logo secara mandiri setelah pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan desain grafis membuat logo menggunakan Canva bagi pelaku usaha UMKM di RW 15 Kalirungkut, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya, Jawa Timur dilaksanakan pada hari Rabu, 25 Juni 2025, pukul 09.00–12.00 WIB bertempat di Balai RW 15 Kalirungkut. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan keterampilan desain grafis sehingga mampu menghasilkan logo usaha yang profesional dan sesuai karakter produk, yang pada akhirnya dapat memperkuat identitas visual dan citra merek usaha mereka. Kegiatan dilaksanakan dengan lima tahapan utama, yaitu asesmen kebutuhan, penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan dan revisi desain, serta evaluasi hasil. Tahapan tersebut disusun secara sistematis agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis dalam mendesain logo. Tahapan-tahapan kegiatan tersebut diantaranya :

1. Asesmen Kebutuhan Peserta

Kegiatan diawali dengan asesmen kebutuhan cepat melalui observasi terhadap materi promosi peserta, seperti kemasan produk, banner, dan akun media sosial. Hasil asesmen menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki logo usaha, dan sebagian lainnya hanya menggunakan teks polos sebagai nama merek. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purwanto (2021), yang menyatakan bahwa lebih dari 70% UMKM di Indonesia belum memahami prinsip desain logo yang baik sehingga cenderung menggunakan elemen visual seadanya. Ketiadaan logo representatif berdampak pada lemahnya identitas visual yang membuat produk UMKM kurang menarik di mata konsumen. Padahal, logo merupakan salah satu elemen penting dalam membangun citra merek (Keller, 2013). Oleh karena itu, pelatihan pembuatan logo menggunakan Canva dipandang sebagai solusi yang tepat untuk menjawab kebutuhan branding UMKM di RW 15 Kalirungkut.

2. Penyampaian Materi Desain

Materi pelatihan disampaikan melalui slide interaktif yang membahas elemen penting dalam pembuatan logo, yaitu pemilihan warna, bentuk, dan tipografi. Selain itu, dijelaskan pula prinsip kesesuaian makna logo dengan karakter usaha. Castleman (2018) menyatakan bahwa desain grafis merupakan komunikasi visual yang efektif untuk menyampaikan kualitas produk

tanpa kata-kata. Peserta tampak antusias mengikuti sesi ini. Mereka banyak bertanya mengenai pemilihan warna dan ikon yang sesuai dengan karakter produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Lestari & Wibowo (2023), yang menyebutkan bahwa metode ceramah interaktif memudahkan peserta memahami materi karena membuka ruang diskusi yang kontekstual. Gambar 1 menunjukkan narasumber saat memberikan materi kepada peserta.



Gambar 1. Narasumber Memberikan Materi Prinsip Desain Logo kepada Peserta

3. Praktik Langsung Membuat Logo Menggunakan Canva

Pada sesi praktik, peserta diajak membuat logo menggunakan Canva dimulai dari pengenalan antarmuka, pembuatan akun, hingga penggunaan fitur desain seperti pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis. Narasumber mendemonstrasikan langkah-langkah pembuatan logo, kemudian peserta mencoba secara mandiri dengan bimbingan intensif. Peserta diarahkan membuat logo dengan memilih template, menyesuaikan ikon dan warna, serta mengatur tipografi sesuai karakter produk. Suasana berlangsung interaktif, peserta bebas bertanya dan bereksperimen menyesuaikan desain dengan karakter produk. Gambar 2 menunjukkan interaksi peserta dengan narasumber terkait praktik membuat logo. Pendekatan praktik langsung seperti ini efektif karena memberikan pengalaman nyata sehingga peserta dapat langsung mengaplikasikan keterampilan baru pada usaha mereka (Rahman *et al.*, 2022).



Gambar 2. Peserta Pelatihan Saat Melakukan Praktik Mendesain Logo Menggunakan Canva

4. Pendampingan dan Revisi Desain

Setelah dilakukan pemberian materi oleh narasumber dan peserta praktik langsung, kegiatan selanjutnya adalah pendampingan. Kegiatan ini dilakukan dihari yang sama. Pendampingan dilakukan dalam kelompok kecil untuk memudahkan pemberian masukan. Setiap peserta mendapatkan feedback terkait pemilihan warna, ikon, dan tipografi. Revisi desain dilakukan secara langsung di tempat, sehingga peserta dapat memahami proses penyempurnaan desain secara teknis.

5. Evaluasi dan Respon Peserta

Evaluasi dilakukan melalui presentasi hasil desain. Narasumber memberikan umpan balik langsung, dan beberapa desain yang dinilai terbaik dijadikan contoh inspirasi bagi peserta lain. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan keterampilan dalam penggunaan Canva dan pemahaman prinsip desain. Mayoritas peserta merasa pelatihan bermanfaat, lebih percaya diri membuat logo, serta langsung memanfaatkan hasil desain untuk media promosi. Antusiasme tinggi juga terlihat dari minat mengikuti pelatihan lanjutan dengan materi desain yang lebih mendalam.



Gambar 3. Sesi Evaluasi dan Presentasi Hasil Desain Logo Peserta

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ketua RW 15 Kalirungkut atas bantuan dan dukungannya dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh pengurus RW yang telah menyediakan fasilitas serta membantu dalam pendataan peserta, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada seluruh peserta pelatihan, yaitu para pelaku UMKM di RW 15 Kalirungkut, atas partisipasi aktif dan antusiasme mereka selama kegiatan berlangsung. Dukungan dan kerja sama yang telah diberikan sangat berarti bagi kami dan menjadi salah satu kunci keberhasilan acara ini. Semoga kerja sama yang baik ini dapat terus terjalin dalam kegiatan-kegiatan serupa di masa mendatang. Anggota tim yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diantaranya Muhammad Febrian Yulianto, Achmad Bagus Ilhamsyah, Muhammad Amrubri Thoyyib, Birrul Walidain Al-Mustofa, Vira Amelia Jenylaf Vaiza, Dwi Nuf Khafidatun Nisa', Ainun Muflikha, Jihan Salsabila, Chika Tunas Handayani, Achsinta Zahrotun Nafisah, Ridha Amelia Madina, Siti Nur Laila.

DAFTAR PUSTAKA

- Castleman, R. (2018). *Visual communication design: Theory and practice*. New York, NY: Routledge.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Statistik UMKM 2023 [Laporan tahunan]*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey, NJ: Pearson Education.
- Lestari, D., & Wibowo, A. (2023). Penerapan Canva sebagai media promosi digital bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 115–123.
- Munandar, A., & Astuti, R. (2020). Peran identitas visual dalam membangun brand awareness UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 33–41.
- Pratama, I., & Sari, N. (2021). Pengaruh desain logo terhadap persepsi konsumen pada produk UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 45–52.
- Purwanto, H. (2021). Analisis desain logo UMKM dalam meningkatkan daya saing produk. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 45–53.
- Rahman, A., Sari, P., & Yuliana, D. (2022). Efektivitas pelatihan Canva dalam pembuatan konten digital untuk UMKM. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 5(3), 233–240.
- Sari, M., & Handayani, T. (2022). Pemanfaatan media digital dalam pengembangan branding UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(1), 67–75.
- Septiani, R., & Putri, A. (2020). Prinsip desain grafis dalam pembuatan logo UMKM. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(1), 21–30.
- Setiawan, B. (2021). Pentingnya konsistensi identitas visual pada promosi digital UMKM. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Kreatif*, 4(2), 98–106.
- Wahyudi, A., & Lestari, S. (2019). Peran warna dan tipografi pada desain logo UMKM. *Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 11(2), 88–95.
- Wicaksono, F., Handayani, L., & Prasetyo, R. (2022). Peningkatan keterampilan desain grafis berbasis Canva untuk pelaku UMKM. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 6(1), 55–63.
- Yuliani, D., & Hidayat, T. (2020). Perancangan identitas visual UMKM untuk meningkatkan daya tarik konsumen. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 9(2), 102–110.